



FAMILY OFFICE

L'investitore

— 29 —

Numero 4 - 1
ottobre, marzo 2012
Anno IX



Jeffrey Frankel
I mercati emergenti
subiranno un crollo
nel 2012?



Joseph Stiglitz
I Pericoli del 2012



Daniel Gros
L' Austerità
sotto Attacco



Kenneth Rogoff
Il capitalismo fa male
alle coronarie



Nouriel Roubini
Le difficoltà
dell'America



Inchiesta ETF:
i trend del 2012
tra commodity,
etf short e derivati.

La Moda incontra l'Arte ed il Design

— a cura della redazione —

La capitale meneghina ha ormai aperto i battenti alla moda femminile e, con essa, AMAL - Associazione Milanese degli Amici della Lirica - hanno colto l'occasione il 22 settembre per dare inizio alla nuova stagione di incontri.

Quale miglior momento per un sodalizio fra moda, arte e design? E' stato lo **Spazio Meritalia** ad ospitarlo, forte della sua capacità di aver attratto architetti del calibro di Gaetano Pesce e Mario Bellini e dell'irremovibile credo nel valore aggiunto che il design italiano è in grado di portare nel mondo, creando dei prodotti capaci di varcare il confine dell'arte, facendola propria.

Quali i protagonisti in questa cornice? Non è un caso che il primo di loro, **Massimo Crivelli**, couturier dell'omonima griffe, sia un appassionato di design che ha dato alla luce un progetto moda dall'animo squisitamente artistico, capace di tradursi in una ricerca stilistica eclettica ed innovativa, ma al tempo stesso mai lasciata al caso.

Accessori esclusivi, oggetti di design e complementi d'arredo sono gli elementi che fanno della sua boutique in via Camperio un ambiente intimo dal sapore di una galleria d'arte contemporanea. E' lo stesso designer che, nel dare quell'impronta inconfondibile di equilibrio delle forme, ama definire le sue collezioni come *"un dialogo con una donna di upper taste, orientata verso uno stile che cita il Design d'avanguardia"*.

La collezione *"Cubic couture"*, presentata durante l'evento, unisce gioco e sperimentazione nel segno dell'alta moda: il gioco della pop art che ironizza uno stile dalle geometrie quasi ingegneristiche e lo rende immediato e iconografico, la sperimentazione che unisce i tessuti più preziosi al cellophane, al neoprene e ai riflessi del vetro di Murano per offrire le suggestioni di una nuova plasticità tridimensionale.

Luigi Monacò, altro protagonista dell'evento, è un creativo che ama interpretare i gusti e la personali-

tà di chi gli commissiona il gioiello che diventa unico e quasi un tutt'uno con chi lo indossa. Il suo credo, non a caso, si sintetizza bene nel motto *"Lo spirito senza gioiello e il gioiello senza spirito in nessun tempo resero la bellezza perfetta"*.

Rigorosamente frutto del certosino operato di mani artigiane italiane, i pezzi unici di *Monacò Gioielli* fondono sapientemente arte e mitologia:

è così che sono nati gli orecchini dedicati alla Creazione con creole in avorio ed incastonatura di brillanti al microscopio con certificazione Microset, il collier che ritrae la Venere di Morgantina, finalmente tornata in Italia dopo lunghe peripezie, e ancora orecchini e sciarpe in fili d'oro intrecciati con la tecnica quattrocentesca del tombolo. Una storia per ogni opera d'arte.

Chiosa finale dell'animazione dello Spazio Meritalia, un assaggio della galleria fotografica della ritrattista per antonomasia della business community e non solo, **Cristina Pica**. In esposizione alcuni dei pezzi culto della sua collezione: Alberto II di Monaco, Emanuele Filiberto di Savoia, Ferruccio Ferragamo, Ennio Doris, Evelina Flachi e Mario Furlan. Autrice di ben cinque libri - *"Business Community"*, *"Gli Innovatori"*, *"I Creativi"*, *"Eyes"* e *"I Maestri"* - che raccolgono le sue opere protagoniste delle omonime esposizioni, e di oltre 500 book fotografici fra i personaggi della politica e dell'economia, non trascurando neanche personaggi della cultura e dello spettacolo, chiudendo dunque l'equilibrio del cerchio degli elementi che si mescolano in questo evento milanese. ■ (C.C.)



Daniela Javarone indossa la Venere di Morgantina di Luigi Monacò Gioielli
© Ph. Nick Zonna